Opłata pocztowa uiszczona ryczałtem.

Rok I. 15 grudnia 1937 r. Nr 2.

SPRAWY BIEŻĄCE

DWUTYGODNIK

UKAZUJE SIĘ 1 i 15 KAŻDEGO MIESIĄCA.

Cena prenumeraty: w Warszawie i na prowincji mies. zł 1.50, kwartalnie zł 4.50. Cena N-ru pojedyńczego 75 gr.

Cena ogłoszeń: Cała strona 200 zł, 1/2 str 100 zł, 1/4 str 50 zł, 1/8 str 25 zł.

Adres Redakcji i Administracji: Warszawa, Towarowa 2/4, tel. 3-34-87. Konto PKO nr 16.791.

Konto przekazu rozrach. nr 216 Warszawa.

Redakcja czynna we wtorki godz. 14 — 16.

Walka o lepsze jutro

Gdy pierwszy numer „Spraw bieżących" dotarł do rąk naszych Czytelników przyjęty został jak bliski przyjaciel, który przychodzi w ponury jesienny dzień, pełny trosk i niepokoju mówiąc:

— Nie jesteś już sam. Pociesz się i podnieś głowę do góry. Wspólnymi siłami przezwyciężymi trudności i wywalczymy lepsze jutro. Dziesiątki przyjaznych listów ze wszystkich stron kraju świadczą najwymowniej, że zew ten odniósł pożądany skutek, że zachmurzone czoła przejaśniały, wstąpiła wiara, gdyż nic tak nie męczyło wśród ponurego dnia, jak ta beznadziejna samotność.

Stanęliśmy na szańcu walki o lepsze jutro tak zaniedbanej, a jakże ważnej dziedziny kolportażu dzienników i czasopism, o zrozumienie przez wszystkie miarodajne czynniki najistotniejszych potrzeb, o prawo pracy zawodowej o podciągnięcie wzwyż zawodu.

Stanęliśmy do walki ze stanowczą wolą zburzenia „chińskiego muru", który wyrósł na gruncie spleśniałych stosunków kolportażowych, po jednej stronie którego bezapelacyjnie panują zadowoleni z siebie panowie z wydziału odbiorców, a po drugiej tkwią w troskach codziennych niezrozumiali odbiorcy.

Wiemy, że walka ta nie będzie łatwą gdyż jakże trudno tym panom przyznać się do popełnionych błędów ale wierzymy, że będzie to tylko krótkotrwały upór, gdyż już przyznali nam wiele słuszności.

Siła naszych argumentów staje się z dniem każdym większa gdyż coraz więcej przyjaciół znajdujemy wśród czytelników, a wierzymy, że w walce tej nikogo nie zabraknie i zabraknąć nie może.

A będzie to gwarancją, że siłą argumentów wskażemy na wady dzisiejszej organizacji kolportażowej, jej życiowe potrzeby zbliżymy do nich „Wielkorządców" kolportażowych, a to niewątpliwie doprowadzi do zburzenia „chińskiego muru' dzielącego dziś tych, którzy muszą z sobą współpracować.

Przez każdy zaś wyłom w tym murze ukazywać się nam będzie coraz jaśniejszy horyzont lepszego jutra.

Dobry kolportaż — obowiązkiem „Ruchu"

W swoim czasie polityka „Ruchu" w dziedzinie organizacji sprzedaży hołdowała zasadzie — najlepiej, gdy w danej miejscowości jest jeden odbiorca i pracuje na prawach wyłączności. Nieco później zasada ta przestała być najlepszą i zastąpiła ją inna — nikomu nie dajemy wyłączności, a jeszcze później — wszędzie musi być dwóch odbiorców, aż wreszcie według ultranowej zasady, jak zrządzi przypadek, albo kaprys p. kontrolera.

A rezultat tych poszukiwań „zasad organizacyjnych" jest taki, że już nikt nie orientuje się czym kierują się panowie z wydziału odbiorców w swojej polityce względem odbiorców, gdyż istotnie wiele posunięć jest zupełnie niezrozumiałych.

Sądzimy, że dzieje się to tylko dlatego, że zbyt powierzchownie podchodzą do zagadnień, które w dobrej organizacji sprzedaży mają pierwszorzędne znaczenie. A nawet więcej — stanowią jej podstawę.

Trudno sobie przecież wyobrazić, dobrze prosperującą organizację kolportażową bez należycie dobranego aparatu w terenie. Aparatu przede wszystkim fachowego, materialnie silnego i związanego nie przymusem współpracy, a dobrze pojętym obopólnym interesem.

Tymczasem te bezsporne zasady wszelkiej organizacji sprzedaży zostały przez kierownictwo „Ruchu" pominięte, a jako główny czynnik organizacyjny wystąpił przymus współpracy, ze względu na pewne uprzywilejowanie tej instytucji.

To był błąd kardynalny, gdyż największe nawet uprzywilejowanie „Ruchu" nie mogło zastąpić niezbędnych czynników organizacyjnych.

Natomiast odpowiednie wykorzystanie przywileju ułatwiłoby stworzenie doskonałej organizacji.

Ale to trzeba było chcieć i umieć zrobić.

Podkreślanie natomiast na każdym kroku, że przywilej to równoznacznik przymusu i podnoszenie go do potęgi zastępującej wszystkie zasady dobrej organizacji, doprowadziło do bankructwa tej polityki, a wynikiem tego jest właśnie brak wszelkich zasad organizacyjnych o których mówimy na początku niniejszych uwag.

A brak zasad organizacyjnych po tylu latach działalności doprowadził do tego, że dzisiaj spora ilość pierwszorzędnych fachowców znajduje się poza nawiasem organizowanego przez „Ruch kolportażu", że doświadczeni odbiorcy pozbawieni są podstawowych warunków pracy, że wytworzeniem konkurencji podrywa się ich byt i dezorganizuje się pracę, że wynikiem tego zamiast silnych materialnie powstają odbiorcy nędzarze, że nikt z odbiorców nie jest pewnym dnia jutrzejszego i że wreszcie na kontach „Ruchu" musiały powstać znaczne salda.

Poza tym mocno ucierpiała sprawa kolportażu, która wymaga przecież konsekwentnej pracy, stabilizacji, nakładu znacznych sił fizycznych i materialnych, a nie znosi eksperymentów, chaosu i wszechpotęgi przypadku.

P. Wicemarszałek Sejmu prof. Wacław Makowski w artykule zamieszczonym w „Gazecie Polskiej", wypowiedział znamienne słowa:

„Miliony polskich czytelników i wielka demokracja polska czekają niecierpliwie na swoich twórców, na mądrych, przedsiębiorczych ludzi, którzy wprowadzą gazetę do każdej izby i zadomowią ją tam".

Niewątpliwie potężną rolę w spełnieniu tego wielkiego zadania musi mieć dobra organizacja kolportażu. Dlatego też jesteśmy zdania, że najwyższy czas jest poddać rewizji dotychczasowe błędy, otrząsnąć się od przemożnych wpływów przypadku, a wejść na drogę zdrowych zasad organizacyjnych i przemyślonych planów.

Należy zaniechać eksperymentów w rodzaju własnych rozdzielni, które są organami bez duszy i ciała, należy zmobilizować wszystkie siły fachowe i zaprząc je do wspólnej pracy, należy ilość odbiorców regulować według jedynie słusznej zasady — indywidualnie w zależności od potrzeb i obrotów danego ośrodka, należy dążyć do stabilizacji odbiorców i zapewnienia im materialnego bytu.

A dobrze zbudowana sieć odbiorców, kierowana planowo niewątpliwie wprowadzi gazety do każdej izby...

Osiągnięcie zaś tego celu musi być nie tylko zadaniem, ale obowiązkiem „Ruchu".

B.

Z OKAZJI NADCHODZĄCYCH ŚWIĄT

BOŻEGO NARODZENIA

SKŁADAMY WSZYSTKIM NASZYM CZYTELNIKOM SERDECZNE ŻYCZENIA

REDAKCJA

Ujemny bilans 1937 r.

Weszło już w zwyczaj, że przy końcu każdego roku kalendarzowego staramy się jeszcze raz spojrzeć wstecz, aby ocenić wyniki pracy, osiągnięte w tym zamkniętym okresie czasu.

Jak wypadnie ocena roku 1937 w dziedzinie nas obchodzącej — w kolportażu? Niestety, rok 1937 musi otrzymać notę niedostateczną. Nie jest to objaw pocieszający, co gorsze, nic nie zapowiada, by rok 1938 przyniósł zmiany na lepsze.

Optymista mógłby upierać się, że nie jest tak źle, mógłby nawet na poparcie swego stanowiska przytoczyć pewne cyfry, dowodzące raczej poprawy. Jeżeli jednak skonfrontujemy to, co osiągnięto z możliwościami, które otworzył rok 1937, jeżeli porównamy nikły wzrost sprzedaży ze znacznym wzrostem możliwości na rynku czytelnictwa, stwierdzimy, że okres ten nie został należycie wykorzystany. Stały wzrost czytelnictwa wśród chłopa i robotnika, spowodowany m. in. poprawą koniunktury gospodarczej, akcją oświatową, szczególnie prowadzoną na wsi, zmniejszanie się analfabetyzmu, stały przyrost naturalny ludności, to elementy postępu w tej dziedzinie, za którymi, niestety, sprzedaż pism nie dotrzymuje tempa.

Kto w obecnych czasach stoi na miejscu, ten w istocie cofa się, cofa się nawet ten, kto niezbyt szybko kroczy naprzód, kto nie nadąży za potrzebami dnia.

Coś musi szwankować w wielkim aparacie sprzedaży czasopism. Jesteśmy przekonani, że doły na ogół dodatnio wywiązują się ze swych obowiązków, czego dowodem jest chociażby spadek procentu zwrotów, co jest wyłączną zasługą drobnych kolporterów. Wina za stan obecny obciąża prawie wyłącznie górę.

Kolportaż jest dziedziną pracy, w której niezbędna jest pewna doza poświęcenia, zamiłowania, dobrej woli, wytrwałości. Nie wystarczy samo nastawienie na zysk choćby nietrwały byle doraźny. Sprawa odpowiedniego doboru personelu kierującego jest na tym terenie kwestią decydującą, a ewentualne zmiany przyniosłyby niezawodnie poprawę.

Dużą dozę winy ponoszą również wydawnictwa, które coraz częściej stosują metody, niezbyt szczęśliwie zapożyczone z innych terenów. Możemy rozumieć, choć niekoniecznie się zgadzać z istnieniem t. zw. względów konkurencyjnych, nakazujących każdej administracji posiadanie swych zaufanych i ideowo oddanych odbiorców przynajmniej w najważniejszych ośrodkach, tym niemniej należy uważać za urągający podstawowej kalkulacji handlowej stan, że w miejscowości, liczącej np. 50.000 mieszkańców, istnieje kilka aparatów rozdzielczych — dla każdego z pism osobno.

Organizacja sprzedaży przez odpowiedzialnych fachowców wydałaby na pewno rezultat niegorszy, każde biuro dzienników zajmie się chętnie i z całą lojalnością sprzedażą pisma, które znajduje nabywców. Hurtownik-odbiorca dołoży wszelkich starań, aby sprzedać jak najwięcej dostarczonych pism, bo to jest podstawowym warunkiem jego bytu. Wydawnictwa powinny zdać sobie sprawę z tego stanu rzeczy, zamiast składać winę na Bogu ducha winnego odbiorcę, który na tyle „nie dorósł do swego fachu", że nie potrafi np. 20-groszówki, wychodzącej w Poznaniu, rozkolportować na... Wołyniu.

Ciągłe zmiany i ciągłe szukanie nowych odbiorców często bez zasięgania informacji i bez gwarancji materialnej lub organizacyjnej pociąga za sobą skutki bezwątpienia niepożądane, bo szkodliwe.

Jak ustawicznie zaś stosunki w tej dziedzinie pogarszają się, dowodem fakt, że od tej szkodliwej polityki nie potrafiły się uchronić nawet poważne wydawnictwa, których długoletni odbiorca do tej pory miał pełne przywileje, t. zn. „wyłączności".

Jak widzimy, bilans roku 1937 nie przedstawia się pocieszająco.

Na progu Nowego Roku należałoby sobie życzyć, by nie popełniano nowych błędów, naprawiono stare.

Cudotwórcze okólniki

Od naszego czytelnika otrzymaliśmy pokaźną paczkę okólników Polskiego Towarzystwa Księgarni Kolejowych „Ruch" z krótkim ale jakże wymownym listem następującej treści.

„Zapoznajcie się panowie z treścią tych okólników i pomyślcie czy odbiorcy są traktowani poważnie?

Na przestrzeni lat te same pouczenia, jak małych dzieci, frazesy o „wywieszaniu afiszów lub ulotek na widocznym miejscu, wykładaniu egzemplarzy na widocznym miejscu" „dopilnowaniu by zarówno punkty stałe, jak i kolporteży lotni, mieli w sprzedaży odpowiednią ilość egzemplarzy itd. itd.".

I te pouczenia są zawsze jednakowo wzmacniane uwagą „prosimy to zrobić we własnym WWPP. interesie". Przecież tego rodzaju „okólniki" nikomu pożytku nie przynoszą, a raczej wywołują zamęt.

W rzeczywistości nie są brane pod uwagę. Więc po co je pisać i wysyłać?

Rzeczywiście, po zapoznaniu się z pliką okólników, nie znajdujemy w nich żadnej fachowej wskazówki, żadnej pożytecznej rady, żadnego istotnego pouczenia, same oklepane frazesy, o to przykład:

— „Podkreślić należy, że wchodzą tu w grę interesy zarówno wydawnictwa, jak interesy WWPP. gdyż rozszerzenie zbytu (nowe pisma) da w rezultacie WWPP zwiększenie obrotów i zysków albo:

— „Prosimy zatem o zastosowanie się do naszego okólnika (ulotki rozkolportować, afisze umieścić itd. Przyp. Red.), co w konsekwencji niewątpliwie ułatwi WWPP. zwiększenie zbytu (nazwa pisma), a tym samym zwiększenie obrotu".

Cudowny środek te okólniki, — zastosować się do nich, a obroty będą zwiększone! Ale niestety rzeczywistość jest bardziej surowa i poważna.

Odbiorcy doskonale wiedzą jak należy prowadzić kolportaż i reklamę dzienników i czynią to niewątpliwie bardzo energicznie we własnym interesie. Więc nie ma potrzeby łamać się w otwarte drzwi.

W okólnikach odbiorcy pragną znaleść bardziej pożyteczne wskazówki i informacje. Lepiej zmniejszyć ich ilość a wzbogacić treść.

Wśród okólników mamy owszem i informacyjny w którym czytamy.

„W związku ze zbliżającymi się Świętami Bożego Narodzenia liczymy się, jak zwykle, ze zwiększoną sprzedażą pism i czasopism.

Dotychczasowe doświadczenie wykazało, że zamówienia świąteczne nadsylane są niejednokrotnie bardzo późno. Ponieważ wydawnictwa żądają od nas podawania im liczby wyboru numerów świątecznych, dzienników i czasopism co najmniej na piętnaście dni przed terminem Świąt, przeto zwracamy się z uprzejmą prośbą o dostarczenie nam zamówień świątecznych dzienników i czasopism najpóźniej do *dnia 10 grudnia.*

Przy sporządzaniu zamówień należy wziąć pod uwagę sprzedaż podczas Świąt w roku ubiegłym. Jeśli nadziały w roku ubiegłym były zbyt wysokie w stosunku do możliwości sprzedaży, należy w tym roku, zamówienie Świąteczne odpowiednio poprawić i dostosować do istotnych potrzeb miejscowego rynku tak, aby ły 30%.

Zamówienia świąteczne będą przez nas ściśle przeglądane i badane".

Wątpimy bardzo, czy jest taki dziennik, który żąda podania mu zapotrzebowania świątecznego co najmniej na piętnaście dni przed terminem świąt.

Czyż to możliwe?

Doprawdy trudno wyobrazić sobie aby aż na dwa tygodnie można było przewidzieć sprzedaż dzienników, które są żywym odbiciem wydarzeń w kraju i zagranicą. Czyżby autor okólnika nie wiedział, że jakieś wydarzenie jednego dnia może wywrócić całą kalkulację nadziałową poprawioną i dostosowaną do potrzeb miejscowego rynku? Albo, że popyt na pisma przejawi się dopiero właśnie w ostatnim dniu w dużej zależności od treści zewnętrznego wyglądu numerów i ilustracji. Przecież trzeba wiedzieć, że każdy odbiorca pragnie pracować na 5% zwrotów a istotna sprzedaż zależy od wielu wielu okoliczności.

Jeśli zaś zamawia na święta więcej to dlatego, że chce więcej sprzedać.

Cieszy nas bardzo, że zamówienia będą ściśle przeglądane, a więc należycie wykonane, ale jednocześnie niepokoi, że mają być ściśle badane.

Dział regulacji nadziałów podejmuje się zbyt ciężkiej pracy — chcę zabawić się w przewidywania. Lepiej pozostawić tą sprawę odbiorcom, a zapewne ilość zwrotów będzie znacznie mniejsza niż 30%.

Ale zamówienia trzeba honorować nawet do ostatniej chwili i z całą energią pracować zwiększonym personelem aż do czasu rozpoczęcia ekspedycji numerów świątecznych.

Jeszcze jedna uwaga.

Z okólnika „Regulacji nadziałów wyraźnie wynika, że tylko pewne czasopismo życzy sobie podania nadziałów na numer świąteczny, a nawet noworoczny, do dnia 10 grudnia. r. b. Autor okólnika powinien więc rozróżnić trzy rzeczy przy dawaniu ogólnych dyrektyw:

1) Termin zgłaszania zamówień na *dzienniki,* który musi być najpóźniejszy ze względu na aktualny charakter dzienników.

2) Termin zgłaszania nadziałów na *czasopisma* powinien być ze względu na ich charakter i inne sposoby wykonania, wcześniejszy.

3) Termin zgłaszania nadziałów poszczególnych wydawnictw według ich życzeń.

Nie można w żadnym wypadku życzenia *jednego* czasopisma uważać za obowiązującą podstawę dla wszystkich czasopism, a tym bardziej dzienników.

Sprzeczności

Od naszych czytelników otrzymaliśmy następujące listy, które w streszczeniu podajemy:

„Jestem odbiorcą „Ruchu" na prawach wyłączności wszystkie gazety pobieram tylko z „Ruchu" gdyż bezpośrednio otrzymywać nie wolno. W moim mieście jest inny sprzedawca, który pobiera pisma bezpośrednio, a te gazety, których otrzymywać nie może bez „Ruchu" otrzymuje je z Warszawy. Jak ustaliłem, są to gazety z kolportażu miejskiego. Niejednokrotnie mówiłem o tym w centrali „Ruchu" ale bez rezultatu. Zapytuję dlaczego w tych warunkach gdy jeden wydział „Ruchu" robi konkurencję drugiemu wydziałowi jakie mogą otrzymywać gazety bezpośrednio. Dlaczego ja mam być bardziej lojalny względem „Ruchu" niż są ci, którzy w „Ruchu" pracują?

List drugi.

„Od siedmiu lat jest kolporterem. Mam stałe miejsce sprzedaży (cukiernie) i licznych klientów, ale staram się o zdobycie nowych. Tymczasem nie wolno mi przekroczyć granicy tego czy innego rejonu pod groźbą pozbawienia prawa sprzedaży. Niesłusznie mówią mi, że przejście granicy rejonu to szkoda dla oddziałowego bo zmniejsza jego prowizję, gdyż niema żadnej pewności, że o ile ja nie sprzedam to sprzeda inny sprzedawca z właściwego rejonu. Raczej nie sprzedam ja i nie sprzeda inny. Dlaczego jest to ograniczenie szkodliwe dla pism i „Ruchu"?

Jesteśmy przeciwnikami wszelkich ograniczeń w dziedzinie kolportażu, gdyż te prowadzą jedynie do zatamowania sprzedaży, a to tym bardziej, gdy stosowane są tak, jak to wynika z powyższych listów.

W pierwszym wypadku jeden wydział „Ruchu" stosuje ograniczenia i zakazy, a inny przechodzi nad nimi do porządku dziennego i wysyła gazety na teren, objęty pracą innego wydziału wytwarzając dezorganizację.

W drugim wypadku zakaz swobodnej cyrkulacji kolportażu wprowadza ten wydział, który, jak wynika z pierwszego przykładu, nie uznaje innych zakazów i posunięć innego wydziału „Ruchu".

A więc rywalizacja pomiędzy wydziałami „Ruchu" jest tolerowana i dopuszczalna, aczkolwiek wywiera wpływ dezorganizujący, a rywalizacja pomiędzy oddziałami w Warszawie jest karygodną?

Na tę sprzeczność nie możemy dać odpowiedzi. Wątpimy, czy i Dyrekcja „Ruchu" znajdzie odpowiedź.

Niefachowość — źródłem zła

Bezpośrednie wrażenia p. K. M., jakie wyniósł z Warszawy, obserwując organizację kolportażu miejskiego w stolicy, wywołały uwagi naszych warszawskich czytelników.

Jeden z nich pisze do nas:

„Pan K. M. nie ma słuszności. Kolportaż nie jest tu źle organizowany, a jest dostosowany do potrzeb czytelnika i uzależniony od wydawnictw, które opóźniają swoje pisma. A najważniejsze, że stolica czyta prasę popołudniową.

Autor tych uwag najwidoczniej nie wiele orientuje się w sprawach kolportażu. Gdyby zgodzić się z nim, należałoby uważać, że tak powinno być w całej Polsce, gdyż Warszawa nie może stanowić wyjątku. Gdyby podzielić zdanie autora listu, który uważa siebie za „znawcę" tych spraw, to należałoby powiedzieć pod adresem wydawców warszawskich:

— Pisma panów skazane są na zagładę, gdyż Warszawa czyta tylko po południu. Szkoda Waszych wysiłków. Likwidujcie dzienniki, albo przenieście je na południe.

Oczywiście, jest to absurd, spotykany tylko w Warszawie.

Warszawa zawsze czytała dużo gazet rano. Statystyki wszystkich okresów wykazują, że ranna sprzedaż była duża i przekraczała popołudniową. A spadek sprzedaży rano rozpoczął się w okresie działalności kolportażu miejskiego „Ruchu" i trwa w dalszym ciągu.

A przyczyny tego są proste i zupełnie zrozumiałe: zła organizacja, zupełne lekceważenie sprzedaży pism porannych, a co najważniejsze to brak wszelkiej fachowości wśród kierownictwa kolportażu miejskiego.

P. K. M. wykazał, że dzięki złej organizacji i lekceważeniu sprzedaży porannej, Warszawa, żyjąc pełnym życiem w rannych godzinach, pozbawioną jest gazet. A że taki stan rzeczy jest tolerowany, to tylko dowód braku fachowości wśród kierownictwa, dla którego takie argumenty, jak „gazety spóźniają się" lub „Warszawa czyta po południu", są naturalnie wystarczające.

My tego nie rozumiemy. Przecież opóźnienie się jakiegoś pisma nie może pociągnąć za sobą opóźnienia całej ekspedycji? Dla jednego spóźnionego nie może spoczywać w półkach dziesięć innych dzienników.

Pismo, które jest opóźnione, wysłane będzie później. Straci czytelnika, a to pouczy wydawcę. Ale kol-

portaż nie może czekać. Wszystko powinno być tak nastawione, aby pismo możliwie najprędzej dotarło do czytelnika, aby czytelnik wychodząc z domu już miał gazetę, a więc nawet o godzinie 5-ej rano.

Obecnie zaś od czasu otrzymania gazet z wydawnictw do czasu ich rozwiezienia upływa 2½ godziny. Dwie godziny gazety leżą w torbach roznosicieli, w półkach oddziałów.

To jest kardynalny brak organizacji kolportażu, to jest dowód niefachowości. Dlatego też Warszawa więcej czyta po południu, gdyż w tym czasie pisma bezpośrednio docierają do czytelnika.

Rano Warszawę kolportaż miejski „Ruchu" odzwyczaił od czytania gazet i kto wie czy nie odzwyczai czytać zupełnie, gdyż i popołudniowe pisma nie wykazują tendencji rozwojowej.

Obecna organizacja kolportażu miejskiego doprowadziła do tego, że sprzedawca gazet dostosować się musi do czasu rozwózki gazet, gdy dawniej było inaczej: rozwózka była dostosowaną do otwierania kiosków, a ci już byli pierwszymi zwiastunami budzącej się ze snu Warszawy.

Kierowanie kolportażem miejskim w stolicy to nie zwykłe urzędowanie papierkowe. Tu trzeba być kolporterem wytrawnym i doświadczonym. Tu trzeba wykazać dużą znajomość rzeczy i pójść po linii największego oporu z wiarą w osiągalne wyniki, a nie uciekać od trudności.

Warszawa pod względem kolportażowym nie może być złym przykładem dla setek prowincjonalnych kolporterów i dlatego też spodziewamy się gruntownej zmiany organizacji kolportażu w stolicy, gdyż ona właśnie musi świecić przykładem.

A. M.

Kolportaż miejski w świetle faktów i cyfr

Pod takim tytułem w następnym numerze „Spraw Bieżących" rozpoczniemy cykl artykułów pióra wybitnego znawcy stosunków kolportażowych w stolicy.

Autor nie szczędzi ostrej krytyki obecnej organizacji kolportażu miejskiego, wykazując, do jakiego stopnia można nie tylko utrudniać rozwój kolportażu, ale wprost zahamować.

W złej organizacji kolportażu miejskiego w Warszawie autor widzi dowód bezplanowości „Ruchu" i bierności, która tak zaciążyła na całokształcie jego prac. Intencją autora jest, na marginesie kolportażu miejskiego, wykazać, że należy raz wreszcie zejść z błędnej drogi i czym prędzej skończyć z polityką tolerowania systemu dyletantów.

Nie tworzyć nędzarzy kolportażu

Artykuł p. t. „Zamiast stabilizacji — chaos", zamieszczony w pierwszym numerze naszego pisma, nie pozostał bez echa. Liczne odgłosy, które w związku z powyższym artykułem otrzymaliśmy z różnych stron kraju, dowodzą ważności poruszonej sprawy.

Poruszamy w dalszym ciągu tę sprawę w przeświadczeniu o jej wadze i aktualności.

Wśród nadeszłej korespondencji otrzymaliśmy od jednego z naszych czytelników list, pochodzący od Tow. „Ruch", w którym uzasadniony jest powód dostawy dzienników dla drugiego odbiorcy w tej samej miejscowości. Jedynym uzasadnieniem jest przeświadczenie „Ruchu", że posiadanie dwóch odbiorców w jednej miejscowości wpływa korzystnie na sprzedaż gazet przez zdopingowanie konkurentów.

Czy stanowisko to jest zawsze słuszne? — śmiemy wątpić. A jeżeli nawet tak, to czy jest to właściwa droga? — napewno nie!

Jeżeli w jakiejś miejscowości istnieje odbiorca, który, żyjąc w ciągłym niedostatku, żeby nie powiedzieć w nędzy, kolportując po domach i ulicach, osiąga obrót 100—200 zł miesięcznie, co daje mu w najlepszym razie zysk 25—50 zł (jakże często zmniejszony przez nieuwzględnione braki, omyłki w rachunkach i liczne rygory) — to nie możemy uznać za słuszne tworzenia jeszcze jednego sprzedawcy-nędzarza przez wydział odbiorców na zasadzie często nieoględnych wniosków kontrolerów.

Jednocześnie należy podkreślić, że w miejscowościach, gdzie obroty są większe i może się utrzymać dwóch sprzedawców, panowie kontrolerzy, likwidując często starych, fachowych kolporterów i tworząc nowe biura dzienników przysparzają kłopotu i samym sobie i wydawnictwu oraz przyczyniają się do powiększenia już i tak niemałego chaosu, panującego w tej dziedzinie.

Stosunki te muszą ulec zmianie i rada na to znaleźć się musi. Obecna polityka jest błędną i dalej stosowaną być nie powinna.

Nie pauperyzacja, lecz podniesienie zawodu kolportera, stworzenie mu odpowiednich warunków pracy i życia, umożliwienie inicjatywy, danie możności czynienia inwestycji na rozwój kolportażu, uznanie w nim cennego i podstawowego współpracownika — te oto zadania powinny przyświecać instytucji, której zależy na rozwoju kolportażu w Polsce.

Jedyna właściwa droga to dążenie do podniesienia materialnej i moralnej strony zawodu kolportera. Nędzarzy nie brak, nie wolno powiększać ich liczby.

Nie tworzyć nędzarzy wśród kolporterów!

Kolportaż przez pocztę

Sprawa wprowadzenia do obrotu pocztowego specjalnego typu paczki gazetowej, przeznaczonej do przesyłania pism biurom dzienników i kolporterom, pracującym zdala od szlaku kolejowego, nie została dotychczas załatwioną mimo starań ze strony Związku Wydawców.

W ankiecie, przeprowadzonej przez Związek Wydawców, wydawnictwa z całym naciskiem podkreślają konieczność wprowadzenia tego typu paczek, umożliwiających dotarcie do miejscowości, pozbawionych połączeń kolejowych. Według opinii wydawnictw, zupełnie słusznej, opłaty i warunki nadawania transportu i odbioru paczek winny być jak najbardziej zbliżone do warunków stosowanych na kolei.

Z przykrością należy tu stwierdzić, że słuszne postulaty wydawnictw w tej sprawie aż 3 lata czekają na zrealizowanie, aczkolwiek są istotnie bardzo pilne.

Przy obecnym tempie życia politycznego, społecznego i kulturalnego jest rzeczą trudną do zrozumienia, jak długo może istnieć taki stan rzeczy, że wiele miejscowości pozbawionych jest zupełnie prasy codziennej tylko dlatego, że opłaty i warunki transportu przez pocztę są nieuregulowane.

Wprawdzie niemal wszystkie urzędy pocztowe mogą prowadzić obecnie sprzedaż dzienników i czasopism, ale organizacja poczty, ani warunki jej pracy nie pozwalają na rozwinięcie tego działu i, oczywiście, sprzedaż przez pocztę nie może zastąpić powołanych do tego biur dzienników i kolporterów.

Inicjatywa fachowców, zainteresowanych materialnie w rozwoju kolportażu, daje niewątpliwie gwarancję, że sprzedaż dzienników i czasopism w miejscowościach, które mogą być obsłużone tylko przez pocztę, wyda dobre rezultaty, przyczyni się do rozwoju poczytności. Ale należy stworzyć odpowiednie warunki dostawy.

Z uregulowaniem tej sprawy nie można czekać całe lata. Sprawa jest pilna i wymaga energicznego zajęcia się uregulowaniem jej przez Związek Wydawców i Tow. „Ruch".

3 lata oczekiwania chyba wystarczy?

O obniżenie podatku obrotowego

Jak się dowiadujemy, Związek Wydawców Czasopism i Dzienników poczynił starania na terenie Min. Skarbu celem uzyskania obniżenia podatku obrotowego od sprzedaży pism.

Postulaty Związku idą po drodze zbliżenia obowiązujących obecnie norm podatku do stanu, jaki panował przed 1 stycznia 1936 r. Wysuwana przez Związek norma 1,7% od ¼ obrotu, czyli 0,42% od obrotu całkowitego jest co prawda nieco wyższą od obowiązującej przed 1 stycznia 1936 r., lecz stanowiłaby znaczną ulgę w stosunku do obecnego stanu rzeczy.

Ministerstwo Skarbu projektuje ze swojej strony na razie normę w wysokości 0,75% od obrotu całkowitego.

Ostatecznego załatwienia tej sprawy w każdym razie należy się spodziewać przed dniem 15 stycznia 1938 r.

Jednocześnie Związek poczynił starania celem uzyskania rewizji wymiaru podatku obrotowego za rok 1936.

Odpowiedzi Redakcji

Prowincja p. X.

P y t a n i e: Czy w sklepie frontowym można sprzedawać gazety o godzinie 7 wiecz. i w dni świąteczne, jeżeli innych towarów w tym sklepie nie ma?

O d p o w i e d ź: Sprzedaż gazet może odbywać się po godzinie 7-ej wieczorem, a również i w święta tak, jak w kioskach, gdyż istotą rzeczy jest tu nie nazwa lokalu, a rodzaj sprzedaży. Co prawda, sprawa ta w wielu miejscowościach wywołuje pewne komplikacje ze względu na redakcję odnośnych rozporządzeń, wspominających o zamykaniu sklepów, a nie podających rodzaju sprzedaży.

W rezultacie w różnych miejscowościach jest różnie komentowana. O ile nam wiadomo sprawą ujednostajnienia godzin sprzedaży gazet zajmuje się już od dłuższego czasu Związek Wydawców.

P. S. S. w Warszawie.

P. Czy uzasadniony jest zakaz sprzedaży gazet w Warszawie po 11-ej wieczorem i kto tę sprawę powinien uregulować?

O. Zakaz jest uzasadniony rozporządzeniem porządkowym i dlatego żądanie władz policyjnych zamykania kiosków o 11-ej wieczorem musi być wykonywane dla uniknięcia przewidzianych kar.

Zgadzamy się, że jak na warunki życia stolicy, gdzie wiele osób kończy pracę późno, a dużo osób przyjeżdża nocnymi pociągami, sprzedaż gazet powinna być prowadzona dłużej.

Tow. „Ruch" powinno podjąć inicjatywę w sprawie zmiany obowiązującego rozporządzenia i wspólnie ze Związkiem Wydawców o to zabiegać. Niewątpliwie leży to w interesie wydawnictw.

Dział informacyjny

Wymówienie pracy w „Ruchu"

30 listopada r. b. Zarząd Tow. „Ruch" wymówił na trzy miesiące czyli od 1 marca 1938 r. pracę wszystkim pracownikom, nie wyłączając kierowników wydziałów.

Wymówienia powyższe, jak się dowiadujemy, pozostają w związku z zamierzonym odebraniem „Ruchowi" przez Monopol Tytoniowy koncesji na hurtownie wyrobów tytoniowych, co łączy się ze zmianą organizacji sprzedaży wyrobów tytoniowych.

Gdyby zamierzenia Monopolu Tytoniowego były zrealizowane, wpływy „Ruchu" byłyby zmniejszone o 200.000 zł rocznie, a to spowodowałoby konieczność przeprowadzenia redukcji personelu i zawarcia nowych umów z pracownikami.

Rozdzielnia w Częstochowie

Jak się dowiadujemy, wydział odbiorców „Ruchu" przeprowadza przygotowania, zmierzające do założenia nowej rozdzielni, która ma być otworzona w Częstochowie.

Podobno najważniejsze prace przygotowawcze, jak sprawa budżetu, osoba organizatora rozdzielni, półek, torb i t. p., już są na ukończeniu, ale najwięcej trudności nastręcza sprawa kierownictwa rozdzielni, gdyż podobno wśród pięciu najpoważniejszych kandydatów żaden nie jest... fachowcem.

DO NASZYCH CZYTELNIKÓW

Zawiadamiamy, że „Sprawy Bieżące" będą wysyłane tylko pp. prenumeratorom lub opłacającym pojedyńcze egzemplarze.

Wpłaty należy uskuteczniać na konto PKO nr 16791 lub przekazem rozrachunkowym na konto nr 216 Warszawa.

Od Administracji

Administacja „Spraw Bieżących" prosi czytelników o podanie adresów osób trudniących się kolportażem dzienników — i czasopism, a to w celu dalszego rozpowszechnienia naszego czasopisma.

Prenumerujcie i rozpowszechniajcie „Sprawy Bieżące" pomnąc, że tylko czytelnik stwarza potęgę.

„Sprawy Bieżące" omawiać będą sprawy kolportażu dzienników i czasopism na terenie Rzeczypospolitej.

„Sprawy Bieżące" służyć będą sprawie usprawnienia kolportażu dzienników i czasopism.

„Sprawy Bieżące" stanowić będą łącznik pomiędzy rozproszonymi po całej Rzeczypospolitej biurami dzienników i czasopism.

„Sprawy Bieżące" dążyć będą do oparcia stosunków pomiędzy czynnikami współpracującymi w dziedzinie kolportażu na gruncie rzeczowych stosunków handlowych i zrozumienia wzajemnych interesów.

„Sprawy Bieżące" muszą znaleźć się w ręku tych wszystkich, dla których kolportaż dzienników i czasopism jest podstawą bytu i pracy zawodowej.

Redaktor i Wydawca: Zdzisław Dzierżanowski.

Druk. „SIŁA"", Warszawa, Towarowa 2/4, tel. 334-86, 334-87.